EBOOK FREE
Sunbook MZBOOK medi-Z

Social Media Marketing

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

Social Media Marketing

Social Media là gì?

Social Media là các nền tảng trực tuyến cho phép người dùng giao tiếp, chia sẻ thông tin và kết nối với cộng đồng. Social Media được chia thành 4 nhóm chính như sau:

Chức năng: Giao tiếp, tương tác, chia sẻ thông tin, tạo cộng đồng.
Kênh: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Snapchat...
Social Community
Social Publishing
Chức năng: Truyền tải và phổ biến nội dung do người dùng tự sản xuất.
Kênh: Blog (Tumblr, wordpress), chia sẻ video (Youtube), chia sẻ hình ảnh (Instagram, Pinterest), chia sẻ tài liệu (SLideShare), chia sẻ nhạc (Soundclound, Spotify)...
Chức năng: Giao dịch mua - bán sản phẩm dịch vụ, CRM.
Kênh: Facebook, Tripadvisor, eBay, Amazon...
Social Commerce
Social Entertainment
Chức năng: Vui chơi, giải trí.
Kênh: Zingplay, PS4, Xbox...

Dựa trên mô hình nổi tiếng của Tiến sĩ Tracy L. Tulen được sử dụng trong cuốn Social Media Marketing: A Practitioner Guide

Social Media Marketing là những kế hoạch tiếp thị nhằm thu hút

sự chú ý và tăng lượng tương tác (like, comment, share) giữa thương hiệu với người dùng thông qua mạng xã hội.

Có nên "đánh chiếm" tất cả các kênh Social Media không?

Trừ khi doanh nghiệp của bạn đủ lớn với nguồn nhân lực cũng như ngân sách dồi dào để "cày cuốc" toàn bộ những nền tảng mạng xã hội tiềm năng như đã kể trên, thì cách tốt nhất dành cho bạn là nên tập trung vào một hoặc hai kênh Social Media cốt lõi trước tiên.

Hơn nữa, trong khi các công cụ Social Media còn đang được sử dụng miễn phí thì thời gian của bạn chính là một mặt hàng có giá trị và cũng có giới hạn nhất định. Và không phải mọi kênh social đều phù hợp với việc marketing, phù hợp với đối tượng mục tiêu của bạn hoặc những gì bạn cố gắng để đạt được, mà nó sẽ phụ thuộc vào loại hình kinh doanh của doanh nghiệp bạn.

Để biết mình phải bắt đầu từ đâu, trước tiên bạn phải xác định kênh Social Media mà đối tượng mục tiêu của mình thường hay lui tới, hoặc xác định chân dung khách hàng và nghiên cứu nhân khẩu học để đánh giá kênh nào sẽ giúp bạn nhận được kết quả tốt nhất, hãy tập trung vào nó. Khi một doanh nghiệp lựa chọn Facebook là điểm đến cho thương hiệu thì đơn giản chỉ vì quy mô và tầm ảnh hưởng của nó, nhưng thực tế là còn rất nhiều cộng đồng với những thuộc tính độc đáo của riêng họ trong hàng trăm triệu người dùng ở ngoài kia như Instagram, Pinterest, Twitter, LinkedIn... hãy ghi nhớ điều đó. Tóm lại, hãy đầu tư thời gian, công sức của mình ở một vài kênh social trước tiên, khi đã làm tốt rồi, bạn có thể mở rộng quy mô của mình ra vẫn chưa muộn.

Những loại nội dung tốt nhất khi đăng lên Social Media

• Chia sẻ kiến thức chuyên môn

Một trong những cách hiệu quả nhất để thương hiệu của bạn có thể kết nối với người dùng trên Social Media đó là định vị thương hiệu của bạn như một người có uy tín - nơi mà họ có thể gửi gắm niềm tin và sự tôn trọng, họ có thể dựa vào đó để tìm kiếm những thông tin hoặc kinh nghiệm mà họ mong muốn. Kênh Social có thể làm tốt nhất việc này đó là Blog.

• Xu hướng đang thịnh hành

Nếu thương hiệu của bạn có thể bắt kịp với những trend mới, những chủ đề hot và các sự kiện đặc biệt, thì người dùng có thể đánh giá rằng thương hiệu của bạn là một thương hiệu thức thời.

Để biết vấn đề gì đang thịnh hành nhất, bạn có thể dùng các công cụ như Google Alerts hay Feedly. Đây là hai ứng dụng rất phổ biến có thể giúp bạn cập nhật những tin tức mới nhất một cách tự động, có chọn lọc và hiệu quả. Ngoài ra, các trang web như BuzzSumo cũng có tính năng tìm kiếm những nội dung được chia sẻ nhiều nhất trên Social Media theo một mốc thời gian cố định, từ đó bạn có thể biết được những xu hướng mới nhất đang diễn ra trên toàn thế giới.

• Quảng cáo sản phẩm, dịch vụ

Đây là nội dung mà hầu hết các thương hiệu và doanh nghiệp khi muốn marketing trên Social Media dù có mục đích thương mại hay là không. Mặc dù phần lớn nội dung marketing của bạn trên Social Media đều không công khai rằng bạn đang muốn quảng cáo sản phẩm dịch vụ, thì mục tiêu bán hàng vẫn là mục đích cuối cùng khiến bạn ở lại và khách hàng sẽ đủ tinh tế để nhận ra điều này. Giả sử, mối quan hệ giữa bạn và khách hàng rất tốt, những nội dung bạn post thực sự có giá trị, thì những bài post "lặt vặt" quảng cáo cho các sản phẩm, dịch vụ mới của bạn sẽ chẳng nhằm nhò gì với khách hàng cả, họ sẽ không phản đối, ngược lại còn cảm ơn vì bạn đã cho họ biết một sản phẩm, dịch vụ chất lượng đến vậy.

Một cách rất dễ để cân bằng những thông tin bạn cung cấp mà không gây quá nhiều phản cảm cho khách hàng được nhiều thương hiệu sử dụng đó là quy luật 80/20 - Bạn sẽ đăng khoảng 80% các bài viết không liên quan đến quảng cáo (Ví dụ: các nội dung, các kiến thức hữu ích, có giá trị cho người dùng từ nguồn của mình và của người khác với mục đích duy nhất là thúc đẩy sự

tương tác) và 20% còn lại bạn có thể tùy ý sử dụng cho việc quảng cáo, bán hàng dù có theo cách tinh tế hay là không.

• Chương trình khuyến mãi, các sự kiện sắp diễn ra

Xu hướng của người dùng là thường thích những ưu đãi đặc biệt. Trong nội dung đăng lên kênh Social, hãy kết hợp hình ảnh với text, và đừng quên kèm theo một đường link để người hâm mộ có thể truy cập vào để nhận thêm thông tin về chương trình khuyến mãi cũng như có thể đặt mua sản phẩm dịch vụ của bạn trực tuyến. Ngoài ra, việc giới hạn thời gian cho những ưu đãi này sẽ tăng thêm phần cấp bách thúc đẩy người dùng nhanh chóng thực hiện chuyển đổi hơn.

• Đặt câu hỏi để bắt đầu một cuộc thảo luận

Hãy thấu hiểu người dùng của bạn cũng như tạo ra cơ hội để người dùng có thể hiểu bạn hơn, bằng cách đặt câu hỏi để tạo ra những cuộc thảo luận. Những câu hỏi này có thể là về một sản phẩm, dịch vụ hay sự kiện có liên quan đến doanh nghiệp của bạn, một bài kiểm tra đố vui nhanh hay đơn giản chỉ là những thắc mắc về thế giới rộng lớn ngoài kia. Và thông qua những câu trả lời của người dùng, bạn có thể hiểu thêm về insight của khách hàng. Rất hữu ích phải không nào?

Ngoài ra, những bài post theo kiểu điền vào chỗ trống cũng là một cách khá hữu dụng khi muốn nhận được lượt tương tác cao. Bởi vì, người dùng sẽ chỉ cần trả lời từ 1- 2 từ là cùng, nó chẳng tốn quá nhiều thời gian của họ. Ví dụ, “nếu bạn có ba điều ước, thì đó sẽ là…”

• Những câu chuyện về khách hàng của bạn

Ngoài những câu chuyện của riêng bạn, thì khách hàng cũng sẽ có những câu chuyện thú vị khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của bạn (và thường những câu chuyện của khách hàng sẽ thú vị hơn những câu chuyện mà bạn tự tạo ra). Hãy khuyến khích người dùng chia sẻ câu chuyện của họ với bạn để bạn có thể giới thiệu chúng với mọi người. Đây cũng được coi là một phần của chiến lược nội dung - thường được gọi là “user-generated content“ (nội dung do người dùng tạo). Những bằng chứng xã hội này sẽ cho khách hàng thấy được những tác động tích cực của thương hiệu đến cuộc sống của mọi người, từ đó khuyến khích họ truyền bá cho thương hiệu của bạn, giúp bạn xây dựng một cộng đồng mạnh mẽ hơn xung quanh sản phẩm, dịch vụ của mình.

• Câu chuyện của nhân vật hư cấu

Nhân vật hư cấu đại diện cho tính cách của thương hiệu, gắn liền với hình ảnh thương hiệu và có thể thay mặt thương hiệu giao lưu với khán giả của mình. Đa phần, những nhân vật hư cấu này đều có ngoại hình rất dễ thương và bắt mắt. Thông qua nhân vật này, bạn có thể tạo ra những câu chuyện xoay xung quanh những thông tin về doanh nghiệp hay sản phẩm, dịch vụ của bạn theo cách hài hước hơn, thay vì những thông tin thô cứng bằng văn bản, khó tiếp nhận.

• Hình ảnh, video hấp dẫn

Hiện nay nội dung không chỉ giới hạn trong những con chữ, mà nó còn mở rộng ra rất nhiều dạng thức khác nhau nhằm thỏa mãn các giác quan của khách hàng, nhất là thị giác.

Chiến lược hình ảnh

• Để có hình ảnh đẹp đăng lên Social Media, lựa chọn tốt nhất luôn là chụp ảnh hoặc tự thiết kế đồ họa. Tuy nhiên, không phải lúc nào bạn cũng sử dụng ảnh chụp hoặc ảnh thiết kế cho những bài post của mình được. Những công cụ miễn phí hoặc có phí sẽ giúp bạn những vấn đề này. Ảnh chụp có các website như: Unplash (https://unsplash.com), Pexels (https://www.pexels.com), Foodiesfeed - trang web về ẩm thực (https://www.foodiesfeed.com), Pixabay (https://pixabay.com), Stock Up (https://www.sitebuilderreport.com/stock-up). Ảnh thiết kế đồ họa: Freepik (https://www.freepik.com), VectorStock (https://www.vectorstock.com).

Lưu ý: Mỗi mạng xã hội đều có khuyến nghị tỷ lệ hình ảnh chuẩn khác nhau để hiển thị được tốt nhất, có một quy tắc chung cho bất kỳ visual content nào đó là kích thước ảnh lớn hơn chuẩn sẽ hiển thị tốt hơn, bởi vì các mạng xã hội sẽ tự động thay đổi kích thước hình ảnh của bạn khi cần. Để đơn giản hơn, hãy bám vào các size sau đây: 1280 x 720 pixel: ảnh ngang, 735 x 1102 pixel: ảnh dọc, 900 x 900 pixel: ảnh vuông. Các kích thước trên sẽ phù hợp với hầu hết các nhu cầu hình ảnh của bạn. Ngoài ra, khi đặt tên cho hình ảnh bạn nên đặt làm sao để tối ưu hóa nhất có thể, việc này sẽ rất tốt cho SEO.

• Việc nhất quán trong hình ảnh, giọng nói thương hiệu, logo, màu sắc chủ đạo... có thể giúp người dùng nhận ra thương hiệu của bạn một cách bản năng. Màu sắc, filters, phông chữ, logo bạn dùng trong hình ảnh, trong quảng cáo của mình sẽ ảnh hưởng mạnh mẽ đến cách mọi người cảm nhận thương hiệu của bạn trên Social Media.

• Những hình ảnh tốt nhất để đăng tải trên các phương tiện truyền thông mạng xã hội là những hình ảnh thu hút sự chú ý, gợi tò mò và truyền cảm hứng. Nội dung trong bức ảnh có thể truyền tải được tất cả những thông điệp tinh tế mà bức ảnh muốn gửi gắm mà không cần phải giải thích và làm rõ trong mô tả đi kèm.

• Đăng tải những hình ảnh khi khách hàng đang sử dụng sản phẩm, dịch vụ của bạn. Đây là những bằng chứng xã hội tốt nhất mang lại tỷ lệ chuyển đổi mạnh mẽ cho thương hiệu dù cho đó là hình ảnh do bạn chụp hay do người dùng tự chụp. Hãy bắt trọn những khoảnh khắc khách hàng đang sử dụng sản phẩm, dịch vụ khi họ đang ở cơ sở của bạn. Hay khuyến khích người dùng chụp ảnh lại và chia sẻ với bạn bằng cách sử dụng #hashtag hay đề cập đến tên thương hiệu của bạn trong bài đăng của họ.

• Có hai loại bài đăng sử dụng hình ảnh thường hoạt động rất tốt trên tất cả các kênh Social Media đó là những hình ảnh truyền động lực, khát vọng sống và những trích dẫn đầy cảm hứng (quote) cho người xem.

• Hai loại bài đăng sử dụng hình ảnh thường hoạt động rất tốt trên tất cả các kênh Social Media đó là những hình ảnh truyền động lực, khát vọng sống và những trích dẫn đầy cảm hứng (quote) cho người xem. Với các trích dẫn hay từ một quyển sách hoặc một người nổi tiếng, bạn có thể sử dụng các công cụ như Photoshop, PowerPoint, Canva, Adobe Spark... để thiết kế.

• Hình ảnh chia sẻ các mẹo vặt, gợi ý, hướng dẫn. Bạn có thể chia

sẻ hình ảnh theo dạng album, hướng dẫn từng bước với những infographic trực quan.

• Những bức ảnh hậu trường hài hước để tăng thêm tính thân thiện cho thương hiệu của mình, bạn có thể bật mí những "bí mật" đằng sau những sản phẩm đẹp đẽ, những hoạt động trong quá trình sản xuất của thương hiệu bằng những caption hài hước và thú vị.

Chiến lược video

• Bạn có thể sử dụng video ở các chế độ (vuông, ngang, dọc) để đăng lên Social Media. Tuy nhiên với sự phát triển của công nghệ, người dùng thường tập trung vào sử dụng mạng xã hội bằng điện thoại nhiều hơn, vì vậy video hình vuông sẽ là lựa chọn tốt nhất cho bạn để hiển thị trên các phương tiện truyền thông mạng xã hội, bởi vì nó phù hợp cho hầu hết mọi loại nội dung.

• Livestream đang là hình thức mới và hot nhất trên các phương tiện truyền thông mạng xã hội hiện nay. Việc giao tiếp giữa thương hiệu với khách hàng giờ đây không chỉ là qua những con chữ hay những bức ảnh đơn giản nữa, mà bạn còn có thể hội thoại hai chiều trực tiếp với họ theo thời gian thực, thông qua việc phát sóng trực tiếp.

• Minigame/ Giveaway/ Các chương trình khuyến mãi

Đây là những cách tuyệt vời để bạn có thể tăng nhận thức cho khách hàng, tạo đà thúc đẩy cho các sản phẩm mới, giúp tăng tương tác và lượt tiếp cận cho thương hiệu của mình.

Lưu ý: Thời gian chơi Giveaway hay minigame không nên quá ngắn để tránh những người chỉ chực chờ tìm cơ hội để nhận thưởng nhanh chóng mà không phải những người dùng chân chính quan tâm đến sản phẩm.

• Nội dung từ những người có ảnh hưởng

Influencer marketing vẫn là một xu hướng tiếp thị khá mạnh mẽ trên Social Media. Các thương hiệu vẫn thường hợp tác với Influencer như một kênh marketing hiệu quả, nhằm tăng nhận thức thương hiệu và xây dựng niềm tin với những khách hàng tiềm năng.

• Liên kết mọi thứ với nhau bằng cách sử dụng một chiến lược hashtag mạnh mẽ

Trên Social Media, Hashtag có thể giúp bạn tập hợp các cuộc thảo luận, giúp cho bài đăng của bạn có một bối cảnh nhất định.

Hashtag mà các doanh nghiệp sử dụng thường là 1 trong 3 loại sau: loại "cộp mác" thương hiệu (Branded hashtag), loại xây dựng cộng đồng (Community hashtag), tên một chiến dịch cụ thể (Campaign hashtag).

Những lưu ý quan trọng khi làm Marketing trên Social Media

• Không nên đánh chiếm tất cả các kênh Social Media, hãy đầu tư thời gian, công sức của mình ở một vài kênh social trước tiên, khi đã làm tốt rồi, bạn có thể mở rộng quy mô của mình ra vẫn chưa muộn.

• Xác định và đánh giá mục tiêu

Sử dụng mô hình SMART là lựa chọn tối ưu giúp xác định mục tiêu tổng thể cho chiến lược của bạn.

S - Specific (Mục tiêu phải chi tiết, cụ thể và rõ ràng)

M - Measurable (Mục tiêu có thể đo lường được)

A - Achievable (Mục tiêu có khả năng đạt được hay không)

R - Relevant (Mục tiêu này có liên quan đến tầm nhìn chung của doanh nghiệp)

T - Time (Mục tiêu có thời hạn bao lâu)

• Hiểu khách hàng mục tiêu là cách tốt nhất để định hình chiến lược content

Hãy dành thời gian để nhận dạng khách hàng mục tiêu của mình, tìm hiểu về các nhu cầu, mong muốn và cả sở thích của họ trên các phương tiện truyền thông mạng xã hội. Đây là cách tốt nhất để lấy được những ý tưởng phát triển cho chiến lược content marketing trên Social Media thực sự hấp dẫn người dùng, và nó cũng là cách tuyệt vời để bạn có thể biết được loại nội dung nào nên chia sẻ với họ.

• Lên lịch trước cho những nội dung đăng tải trên kênh Social để tăng tính nhất quán

Bạn nên lập kế hoạch biên soạn nội dung theo lịch. Một lịch biên tập sẽ giúp bạn lên kế hoạch trước cho nội dung của mình trong nhiều tuần hoặc thậm chí là hàng tháng… Lịch biên tập còn giúp bạn tránh đăng tải những nội dung linh tinh làm xao lãng sự chú ý của người dùng, giảm tình trạng "overload" (quá tải), giúp bạn sắp xếp công việc của mình một cách hợp lý để không rơi vào hoàn cảnh ngày thì ngập tràn deadline, ngày thì không có mống nào.

• Nhân cách hóa thương hiệu của bạn nhờ vào cách kể chuyện

Storytelling là một hình thức truyền thông nguyên thủy nhất tác động đến não bộ của con người một cách mạnh mẽ và nó đã được chứng minh là một trong những chiến thuật thành công nhất trên Social Media. Là một thương hiệu, bạn cần phải kết nối cảm xúc với khách hàng của mình, rồi duy trì sự chú ý của họ theo thời gian, dần chiếm được lòng tin, lòng trung thành và cuối cùng mới đến mục tiêu kinh doanh của mình.

• Dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt

Không giống như các kênh truyền thông khác, Social Media sẽ phơi bày chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng của bạn trước toàn dân thiên hạ gần như là ngay lập tức. Do vậy, ngoài việc làm cho khách hàng của bạn cảm thấy thoải mái, thì việc nhanh chóng trả lời những thắc mắc, khiếu nại của người dùng sẽ giúp họ có cái nhìn tích cực hơn về thương hiệu của bạn.

• Mỗi thành viên trong công ty cũng có thể trở thành đại sứ thương hiệu

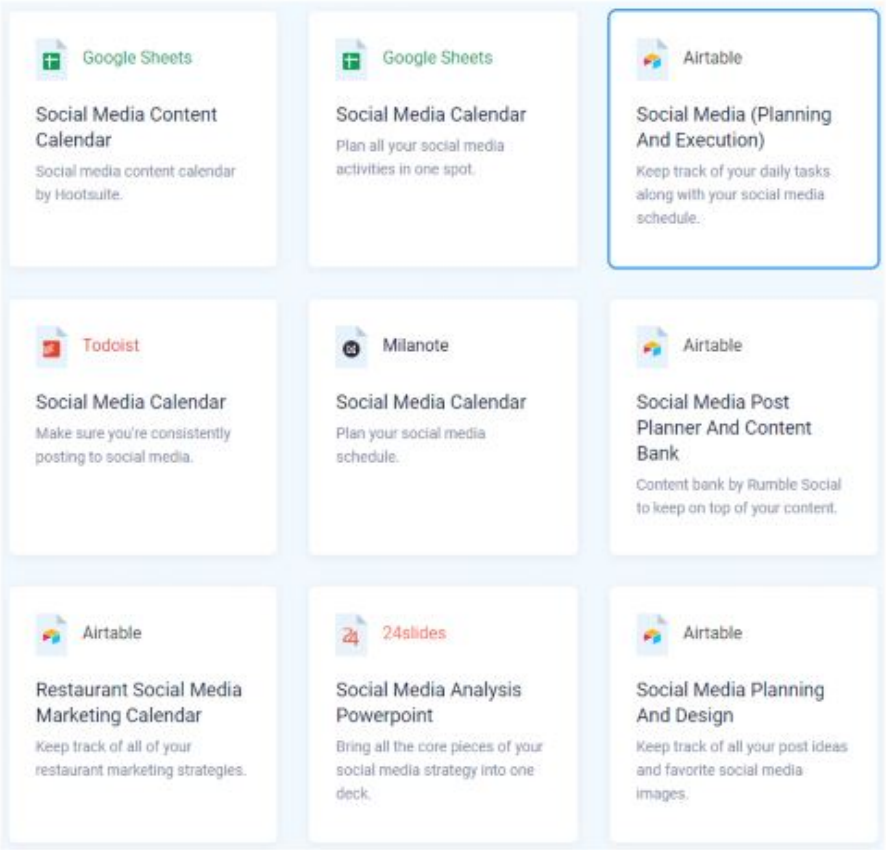
Nhân viên có thể là người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, với đối tác hay thậm chí là các nhân viên mới đến làm việc tại công ty. Chính những thành viên này có thể làm tăng hoặc giảm lòng tin của họ vào thương hiệu của doanh nghiệp. Do vậy, trước khi nghĩ

đến việc phát triển thương hiệu ở bên ngoài, hãy bắt đầu bằng việc xây dựng thương hiệu từ bên trong.

• Thật sự kiên nhẫn

Đôi khi việc tăng nhận thức thương hiệu trên Social Media hay việc cải thiện dịch vụ khách hàng sẽ không trả về hiệu quả ngay lập tức, nhưng nó sẽ có tác động rất lớn tới tỷ lệ chuyển đổi sau này. Giống như những mối quan hệ trong cuộc sống thường ngày, có thể bạn sẽ mất rất nhiều thời gian để kết nối được với đối tượng mục tiêu, và một số đối tượng mục tiêu phải rất lâu sau đó mới có thể mủi lòng trước bạn để chuyển thành tình bạn, rồi từ tình bạn sẽ có thể chuyển thành tình yêu. Điều quan trọng là hãy thật kiên nhẫn!

Social Media Templates hữu ích


Google Sheets
Social Media Content Calendar
Social media content calendar by Hootsuite.
Google Sheets
Social Media Calendar
Plan all your social media activities in one spot.
Airtable
Social Media (Planning And Execution)
Keep track of your daily tasks along with your social media schedule.
Todoist
Social Media Calendar
Make sure you're consistently posting to social media.
Milanote
Social Media Calendar
Plan your social media schedule.
Airtable
Social Media Post Planner And Content Bank
Content bank by Rumble Social to keep on top of your content.
Airtable
Restaurant Social Media Marketing Calendar
Keep track of all of your restaurant marketing strategies.
24slides
Social Media Analysis Powerpoint
Bring all the core pieces of your social media strategy into one deck.
Airtable
Social Media Planning And Design
Keep track of all your post ideas and favorite social media images.

31 templates Social Media Plan đang chờ bạn, hãy truy cập và tải xuống nhé ^^

https://usefyi.com/templates/social-media-templates/

Sunbook – thắp sáng tri thức

Sunbook là nhà phát hành, phân phối sách của nhiều thương hiệu, trong đó nổi bật như **MZBook** với dòng sách về Digital Marketing, **MMO** với các đầu sách về kiếm tiền online hay**Easylife** với các đầu sách cho tối ưu cuộc sống.

Với slogan "Thắp sáng tri thức" Sunbook mong muốn mang những kiến thức hay nhất, hữu ích nhất đến các độc giả Việt. Và đây cũng chính là định hướng xuyên suốt cho các hoạt động của Sunbook trong những chặng đường tiếp theo.

Do vậy, dự án Free-ebook ra đời trong sự kết hợp của **Sunbook và MediaZ Agency** mang đến cho độc giả những cuốn ebook nhỏ liên quan đến một số chủ đề của ngành Digital Marketing. Hy vọng các bạn sẽ nhận được nhiều kiến thức hữu ích, bổ sung được những nội dung nền tảng liên quan đến ngành để hoàn thành tốt hơn công việc của mình.

Đừng ngại liên hệ với Sunbook của tụi mình nếu có bất cứ góp ý, đánh giá nào thông qua email: contact@sunbook.vn

Cảm ơn bạn vì đã ở đây đồng hành cùng Sunbook để khám phá những nội dung hay, hữu ích với bạn!

Đội ngũ đồng thực hiện

Sunbook MZBOOK mediaz